

**TINGKAT KEPUASAN PEDAGANG PENGECEK TERHADAP
PENETAPAN HARGA PEDAGANG GROSIR
AYAM BURAS DI BULUKUMBA**



Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Peternakan Jurusan Ilmu Peternakan
Pada Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Alauddin Makassar**

Oleh

**N A S R U M
NIM. 60700108005**

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2014**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nasrum
Tempat/Tgl. Lahir : Tana Toa, 31 Desember 1986
Jurusan : Ilmu Peternakan
Fakultas : Sains dan Teknologi
Alamat : BTN Pao Pao Permai Blok F7/8 Gowa
Judul : Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap
Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di
Bulukumba

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, November 2014
Penyusun,

N A S R U M
NIM. 60700108005

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, ” **Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Bulukumba** ”, yang disusun oleh Nasrum, NIM: 60700108005, Mahasiswa Jurusan Ilmu Peternakan pada Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 05 Desember 2014, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Peternakan Jurusan Ilmu Peternakan.

Makassar, 05 Desember 2014

12 Safar 1436 H

DEWAN PENGUJI

| | | |
|---------------|---------------------------------------|---------|
| Ketua | : Dr. Muhammad Khalifah Mustami, M.Pd | (.....) |
| Sekretaris | : Khaerani Kiramang, S.Pt., M.P | (.....) |
| Munaqisy I | : Muh. Nurhidayat, S.Pt., M.P | (.....) |
| Munaqisy II | : Astaty, S.Pt., M.Si | (.....) |
| Munaqisy III | : Hasyim Haddade, S.Ag., M.Ag | (.....) |
| Pembimbing I | : Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si | (.....) |
| Pembimbing II | : Dr. Ir. Muh. Basir S. Paly, M.Si | (.....) |

Diketahui Oleh:

Dekan fakultas Sains dan Teknologi

UIN Alauddin Makassar

Dr. Muhammad Khalifah Mustami, M.Pd

NIP : 19710412 200003 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah swt. karena dengan rahmat dan hidayahnya yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik serta salam dan shalawat penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad saw.,keluarga dan sahabat beliau yang telah membawa kebaikan dan cahaya kepada umatnya.

Skripsi dengan judul “**Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras Di Bulukumba**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Dengan selesainya skripsi ini, mudah-mudahan harapan dan keinginan penulis dapat tercapai.

Dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan do’a dari semua pihak. Penulis menyadari, selama dalam penyusunan banyak sekali kendala yang dihadapi oleh penulis tapi berkat bantuan, do’a dan dukungan yang ikhlas dari berbagai pihak sehingga kesulitan dan kendala yang ada dapat teratasi.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu :

1. Ayahanda **Laling** dan Ibunda **Mutung** yang telah memberikan dukungan, semangat dan do’a serta kepada saudara dan saudariku tercinta yang senantiasa memberikan semangat dan nasehat yang membangun, semoga apa yang kalian lakukan mendapat tempat yang indah dihadapan Allah swt.

2. **Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing, H.T., M.S.** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
3. **Dr. Muhammad Halifah Mustami, M.Pd** selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar.
4. **Dr. Ir. Andi Suarda, M.Si.** selaku Wakil Dekan I Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan serta arahan yang bernilai positif sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. **Dr. M. Rusdi Rasyid, M.Ag.** selaku Wakil Dekan II Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar.
6. **Dr. Hasyim Haddade, S.Ag., M.Ag.** selaku Wakil Dekan III Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar dan selaku penguji agama yang telah memberikan arahan yang berguna dalam bidang agama sehingga apa yang penulis lakukan tidak hanya dapat bermanfaat dalam bidang sains tapi juga berguna dalam bidang agama yang dapat menjadi nilai ibadah baik untuk penulis maupun pihak lain.
7. **Muh. Nurhidayat, S.Pt., M.P.** Selaku Ketua Jurusan Ilmu Peternakan sekaligus sebagai Dosen Penguji pertama yang telah banyak memberikan saran dan kritikan yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
8. **Amriana Hifizah, S.Pt., M.Anim St** selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar.
9. **Dr. Ir. Basir Paly, M.Si.** selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan serta arahan yang bernilai positif sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

10. **Astati, S.Pt., M.Si.** selaku Dosen Penguji kedua yang telah banyak memberikan memberikan saran dan kritikan yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan dan penyusunan skripsi ini.
11. Dosen dan seluruh Staf Jurusan Ilmu Peternakan atas curahan ilmu pengetahuan dan segala bantuan yang diberikan pada penulis sejak menempuh pendidikan Ilmu Peternakan, hingga saat ini.
12. Kakak tercinta dan saya sayangi **Syamsidar** dan **Sabo** yang membantu saya dalam proses perkuliahan sampai penyelesaian skripsi.
13. Pedagang Grosir daerah **Kajang, Bulukumpa, dan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba** selaku responden dalam penelitian ini.
14. Rekan-rekan seperjuangan keluarga besar di jurusan Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar angkatan 2008 : **Zulhaidir, Andi Iqramullah, Ari Sandi, Rusman, Khaeruddin, Muhammad Iqbal, Bashar Nurtakbir Akbar, Muh. Arsan Jamili, Muh. Husni Tamrin, Imam Fauzi Mahmud, Nurfaida, Miranti Ismail, Nurmiati, dan Surati.**
15. Sahabat dan Adik-adikku tercinta, **Angkatan 2010 dan 2011** yang tidak pernah berhenti mengiringi doa, motivasi, serta canda tawa sehingga dalam kondisi apapun penulis tetap mampu percaya diri dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, tiada harapan yang paling indah selain harapan bahwa apa yang penulis lakukan selama ini untuk penyusunan skripsi ini dapat bernilai positif untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bernilai ibadah disisi Allah swt. Amin.

Makassar, November 2014

Penyusun,

N a s r u m

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| ABSTRAK..... | xii |
| ABSTRACT..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Gambaran Umum Ayam Kampung (Buras)..... | 5 |
| B. Tinjauan Umum Pedagang..... | 26 |
| C. Harga Jual..... | 33 |
| D. Tingkat Kepuasan..... | 37 |
| E. Kajian Al-Qur'an terkait Binatang Ternak..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Waktu dan Tempat | 42 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 42 |
| C. Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 43 |

| | |
|---|-----------|
| E. Metode dan Analisa Data..... | 44 |
| F. Konsep Operasional..... | 45 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Keadaan Umum Kabupaten Bulukumba.. .. | 47 |
| 1. Keadaan Geografis..... | 47 |
| 2. Keadaan Demografis..... | 47 |
| 3. Sarana dan Prasarana..... | 49 |
| B. Keadaan Umum Responden... .. | 52 |
| 1. Umur..... | 52 |
| 2. Jenis Kelamin..... | 52 |
| 3. Tingkat Pendidikan..... | 53 |
| 4. Pengalaman Berdagang..... | 54 |
| C. Gambaran Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba..... | 55 |
| D. Analisis Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba..... | 56 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan. | 58 |
| B. Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 59 |
| LAMPIRAN..... | 62 |
| BIOGRAFI..... | 64 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 1. Populasi dan produksi ayam buras di Indonesia, 2003 - 2006..... | 13 |
| 2. Produktivitas ayam buras berdasarkan umur induk | 13 |
| 3. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi | 45 |
| 4. Tingkat kepadatan penduduk menurut kecamatan di kabupaten Bulukumba, 2014..... | 48 |
| 5. Banyaknya penduduk menurut kecamatan dan jenis kelamin di Kabupaten Bulukumba | 49 |
| 6. Jenis dan jumlah sarana dan prasarana pendidikan yang terdapat di Kabupaten Bulukumba | 50 |
| 7. Jenis dan jumlah sarana dan prasarana kesehatan yang terdapat di Kabupaten Bulukumba | 50 |
| 8. Jenis dan jumlah sarana dan prasarana jual-beli yang terdapat di Kabupaten Bulukumba | 51 |
| 9. Jenis dan jumlah sarana dan prasarana peribadatan yang terdapat di Kabupaten Bulukumba | 51 |
| 10. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur di Kabupaten Bulukumba..... | 52 |
| 11. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Kabupaten Bulukumba | 53 |
| 12. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Bulukumba | 53 |
| 13. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Dagang yang Dimiliki Di Kabupaten Bulukumba | 54 |
| 14. Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba | 55 |
| 15. Hasil Regresi Linier Sederhana | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|---|---------|
| 1. Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba..... | 62 |

ABSTRAK

Nama Penulis : NASRUM

NIM : 60700108005

Jurusan : Ilmu Peternakan

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pedagang pengecer terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di kabupaten Bulukumba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian survey.

Hasil penelitian menunjukkan nilai R Square (r^2) memberikan gambaran besarnya kontribusi pengaruh variabel independen (penetapan harga) terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan) yaitu sebesar 0,940 yang berarti bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel independen (penetapan harga) terhadap tingkat kepuasan pedagang pengecer sebesar 94% dan selebihnya sebesar 6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Ayam Buras, Pedagang Pengecer, Pedagang grosir, Kuantitatif.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ayam kampung merupakan salah satu jenis ternak unggas yang telah memasyarakat dan tersebar di seluruh pelosok nusantara. Bagi masyarakat Indonesia. Ayam kampung sudah bukan hal asing. Istilah "Ayam kampung" semula adalah kebalikan dari istilah "ayam ras", dan sebutan ini mengacu pada ayam yang ditemukan berkeliaran bebas di sekitar perumahan. Namun demikian, semenjak dilakukan program pengembangan, pemurnian, dan pemuliaan beberapa ayam lokal unggul, saat ini dikenal pula beberapa ras unggul ayam kampung. Untuk membedakannya kini dikenal istilah ayam buras (singkatan dari "ayam bukan ras") bagi ayam kampung yang telah diseleksi dan dipelihara dengan perbaikan teknik budidaya (tidak sekadar diumbar dan dibiarkan mencari makan sendiri). Peternakan ayam buras mempunyai peranan yang cukup besar dalam mendukung ekonomi masyarakat pedesaan karena memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap lingkungan dan pemeliharaannya relatif lebih mudah.

Ayam kampung merupakan ayam lokal di Indonesia yang kehidupannya sudah membudaya dengan masyarakat, ayam kampung juga dikenal dengan sebutan ayam buras (bukan ras), atau ayam sayur. Penampilan ayam kampung sangat beragam, begitu pula sifat genetiknya, penyebarannya sangat luas karena populasi ayam buras dijumpai di kota maupun desa. Potensinya patut

dikembangkan untuk meningkatkan gizi masyarakat dan menaikkan pendapatan keluarga.

Walaupun perkembangan ayam ras sangat pesat sehingga dalam waktu yang relatif singkat telah mampu mendominasi pasokan produk ayam untuk memenuhi permintaan masyarakat tetapi bukan berarti ayam buras tidak mengalami perkembangan. Peternakan ayam buras tetap berkembang tetapi sangat lambat jika dibandingkan dengan permintaan ayam ras namun selera konsumen terhadap ayam kampung sangat tinggi. Hal itu terlihat dari pertumbuhan populasi dan permintaan ayam kampung yang semakin meningkat dari tahun ke tahun (Bakrie *et al.*, 2003). Pada tahun 2001 – 2005 terjadi peningkatan sebanyak 4,5 % dan pada tahun 2005 – 2009 konsumsi ayam kampung dari 1,49 juta ton meningkat menjadi 1,52 juta ton (Aman, 2011). Gejala ini menunjukkan bahwa tidak semua peran ayam buras dapat digantikan oleh ayam ras. Ini dikarenakan adanya selera masyarakat yang tidak dapat digantikan oleh ayam ras yang mempunyai karakteristik tersendiri baik daging maupun telurnya.

Mempertimbangkan potensi itu, perlu diupayakan jalan keluar untuk meningkatkan populasi dan produktivitasnya. Selain faktor teknis, juga perlu adanya pembinaan motivasi kearah usaha yang bernilai ekonomis untuk peningkatan pendapatan keluarga petani. Untuk mencapai keberhasilan tersebut maka perlu dilakukan suatu program penyuluhan dan pembinaan untuk meningkatkan pengetahuan petani dalam melakukan usahatani ayam buras yang lebih ekonomis, terkhusus dalam masalah harga pasar.

Telur dan daging ayam buras memiliki pangsa pasar tersendiri. Hal ini ditunjukkan oleh harganya yang melebihi telur dan daging ayam ras serta konsumennya banyak (Prahmadiyan 1999; Lestari 2000). Ayam buras yang diperdagangkan sebagian besar (70–90%) merupakan ayam buras muda (Yuwono *et al. dalam* Zakaria 2004b). Menurut Iskandar *et al. dalam* Gunawan (2002), beberapa peternak melakukan pemasaran anak ayam hanya bila ada pemesanan, dengan harga telur dan ayam di tingkat peternak masing-masing 10-20% dan 5-10% lebih murah dari harga pasar. Jalur pemasaran ayam buras tersebut adalah dari peternak → pedagang keliling → pedagang pengumpul → pedagang besar/*poultry shop* → konsumen (Juarini *et al. dalam* Gunawan 2002). Sementara Prahmadiyan (1999) menyatakan, jalur pemasaran ayam dimulai dari peternak (100%) → pengumpul desa (70%) → pengumpul wilayah (49%) → pengumpul antarwilayah (49%) → pengencer atau pengumpul desa (30%).

Keuntungan pedagang pengecer yang hanya 30% mendorong untuk menaikkan harga sebelum barang sampai ditangan konsumen. Hal tersebut dilakukan karena tingginya kebutuhan hidup pokok para pedagang pengecer jika penghasilan hanya bergantung dari usaha tersebut. Harapan pedagang ayam buras di Bulukumba mengharapkan bahwa ayam buras yang mereka jual laku dan habis terjual akan tetapi kenyataan di lapangan ayam buras yang di jual tidak habis terjual tiap harinya. Menurut survey dan informasi dari pedagang pengecer ayam buras di Bulukumba sesuai sampel yaitu di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumba, Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu, pedagang menaikkan harga jual sehingga menyebabkan daya beli konsumen

terhadap ayam buras di Bulukumba hanya sesuai kebutuhannya. Sehingga hal inilah yang melatar belakangi dilakukannya penelitian mengenai **“Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Bulukumba.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu :

“Bagaimana hubungan tingkat kepuasan pedagang pengecer puas terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba”,?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pedagang pengecer terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba.
2. Untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan pedagang pengecer terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan bagi pedagang grosir dalam mengambil keputusan mengenai penetapan harga kepada pedagang pengecer dimasa yang akan datang.
2. Sebagai sumber pengetahuan dan informasi bagi peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Gambaran Umum Ayam Kampung (Buras)

1. Sejarah Perkembangan Ayam Buras

Ayam kampung adalah sebutan di Indonesia bagi ayam peliharaan yang tidak ditangani dengan cara budidaya massal komersial serta tidak berasal-usul dari galur atau ras yang dihasilkan untuk kepentingan komersial tersebut. Ayam kampung tidak memiliki istilah ayam kampung petelur ataupun pedaging. Hal ini disebabkan ayam kampung bertelur sebagaimana halnya bangsa unggas dan mempunyai daging selayaknya hewan pada umumnya (Rasyaf, M, 1992; 42-50).

Ayam kampung merupakan salah satu jenis ternak unggas yang telah memasyarakat dan tersebar di seluruh pelosok nusantara. Bagi masyarakat Indonesia, ayam kampung sudah bukan hal asing. Istilah "Ayam kampung" semula adalah kebalikan dari istilah "ayam ras", dan sebutan ini mengacu pada ayam yang ditemukan berkeliaran bebas di sekitar perumahan. Namun, semenjak dilakukan program pengembangan, pemurnian, dan pemuliaan beberapa ayam lokal unggul, saat ini dikenal pula beberapa ras unggul ayam kampung. Untuk membedakannya kini dikenal istilah ayam buras (singkatan dari "ayam bukan ras") bagi ayam kampung yang telah diseleksi dan dipelihara dengan perbaikan teknik budidaya (tidak sekadar diumbar dan dibiarkan mencari makan sendiri). Peternakan ayam buras mempunyai peranan yang cukup besar dalam mendukung ekonomi masyarakat pedesaan karena memiliki daya adaptasi yang tinggi

terhadap lingkungan dan pemeliharaannya relatif lebih mudah (Sarwono, B. 1995; 243-244).

Sejarah ayam kampung dimulai dari generasi pertama ayam kampung yaitu dari keturunan ayam hutan merah (*Gallus gallus*). Jenis ayam kampung sudah dikenal sejak zaman Kerajaan Kutai. Pada saat itu, ayam kampung merupakan salah satu jenis persembahan untuk kerajaan sebagai upeti dari masyarakat setempat. Keharusan menyerahkan upeti menyebabkan ayam kampung selalu ditenakan oleh warga kampung dan menyebabkan ayam kampung tetap terjaga kelestariannya. Di samping itu, ayam kampung memang sesuai dengan selera masyarakat setempat. Kebiasaan beternak ayam kampung tersebutlah yang menyebabkan ayam ini mudah dijumpai di tanah air. Sampai sekarang sistem upeti dalam arti perpindahan barang (ayam kampung) dari desa ke kota masih tetap ada. Bedanya, saat ini perpindahan tersebut lebih bersifat bisnis (Sujionohadi K dan Setiawan Al, 1993).

2. Macam-macam Ayam Buras

Ayam kampung mempunyai banyak varietas dan spesies, beberapa di antaranya yang penting yaitu:

a. Ayam Kedu

Ayam kedu merupakan ayam lokal yang berkembang di Kabupaten Magelang dan Temanggung atau eks. Kersidenan Kedu (Jawa Tengah). Berdasarkan penampilan warnanya, ayam kedu dapat dibedakan menjadi empat jenis sebagai berikut (Rukmana, R. 2003; 17-25):

1) Ayam Kedu Hitam

Ayam kedu hitam mempunyai penampilan fisik hampir hitam semua, tetapi kalau diamati secara teliti warnanya tidak terlalu hitam. Penampilan kulit pantat dan jengger masih mengandung warna kemerah-merahan. Bobot ayam kedu hitam jantan dewasa antara 2 kg–2,5 kg, sedangkan yang betinanya hanya 1,5 kg. Ayam ini sering disamakan dengan ayam cemani karena tampak serba hitam.

2) Ayam Kedu Cemani

Ayam kedu cemani memiliki penampilan sosok tubuh hitam mulus, termasuk paruh, kuku, telapak kaki, lidah, telak (langit-langit mulut), bahkan daging dan tulangnya juga hitam. Sosok tubuh ayam kedu jantan dewasa tinggi besar dan bobotnya antara 3 kg–3,5 kg, sedangkan yang betina dewasa berbobot antara 2 kg–2,5 kg.

3) Ayam Kedu Putih

Ayam kedu putih ditandai dengan warna bulu putih mulus, jengger dan kulit mukanya berwarna merah, sedangkan kakinya berwarna putih atau kekuning-kuningan. Jenggernya tegak berbentuk wilah. Bobot ayam jantan kedu putih dewasa mencapai 2,5 kg. Sedangkan bobot ayam kedu putih betina 1,2 kg–1,5 kg.

4) Ayam Kedu Merah

Ayam kedu merah ditandai dengan warna bulu hitam mulus, tetapi kulit muka dan jengger berwarna merah, sedangkan kulit badannya berwarna putih.

Sosok tubuh ayam kedu merah tinggi besar dengan bobot ayam jantan dewasa 3 kg-3,5 kg, Sedangkan bobot ayam betina 2 kg-2,5 kg.

b. Ayam Nunukan

Ayam nunukan disebut juga ayam Tawao. Ayam ini merupakan ayam lokal yang berkembang di Pulau Tarakan, Kalimantan Timur. Ayam nunukan diperkirakan berasal dari Cina. Karakteristik ayam nunukan adalah warna bulunya merah cerah atau merah kekuning-kuningan, bulu sayap dan ekor tidak berkembang sempurna. Sementara paruh dan kakinya berwarna kuning atau putih kekuning-kuningan dengan jengger dan pial berwarna merah cerah. Jenggernya berbentuk wilah dan bergerigi delapan. Stadium anak ayam sampai umur 45 hari cenderung berbulu kapas. Berat badan ayam nunukan jantan dewasa 3,4 kg-4,2 kg, sedangkan yang betina 1,6 kg-1,9 kg.

c. Ayam Pelung

Ayam pelung merupakan ayam lokal yang berkembang di Kabupaten Cianjur dan Sukabumi (Jawa Barat). Ayam pelung memiliki sosok tubuh besar dan tegap, temboloknya tampak menonjol. Kakinya panjang, kuat, dan pahanya berdaging tebal. Ayam pelung jantan memiliki Jengger berbentuk wilah yang besar, tegak, bergerigi nyata dan berwarna merah cerah. Ayam pelung betina mempunyai jengger, tetapi jengger tersebut tidak berkembang dengan baik. Ayam pelung jantan dewasa mempunyai bobot badan berkisar antara 3,5 kg – 5,5 kg, sedangkan yang betina 2,5 kg – 3,5 kg.

d. Ayam Sumatra

Ayam Sumatra merupakan ayam lokal dari Sumatera Barat. Penampilan perawakannya tegap, gagah ,tetapi ukuran tubuhnya kecil. Ayam Sumatra jantan berkepala kecil, tetapi tengkoraknya lebar. Pipinya penuh (padat), keningnya tebal, dan pialnya menggantung ke bawah. Paruh ayam Sumatra umumnya pendek dan kukuh berwarna hitam, dengan cuping kecil dan berwarna hitam. Ayam Sumatra memiliki jengger berbentuk wilah dan berwarna merah. Kulit muka juga berwarna merah atau hitam, ditumbuhi bulu halus yang jarang. Bobot ayam Sumatra jantan dewasa 2 Kg, sedangkan yang betina 1,5 Kg.

e. Ayam Belenggek

Ayam belenggek berasal dari Sumatera Barat, tepatnya di pedalaman Kabupaten Solok. Ayam ini pandai berkokok dengan suara yang merdu dan iramanya bersusun-susun, panjang sampai terdiri atas 6-12 suku kata. Semakin panjang suku katanya, semakin panjang kokoknya.

f. Ayam Gaok

Ayam gaok bersal dari madura dan Pulau Puteran, Kabupaten Sumenep. Keistimewaan ayam gaok yaitu kokoknya memiliki suara panjang yang hampir sama dengan ayam pelung yang terdapat di Cianjur (Jawa Barat). Ayam Gaok jantan dewasa memiliki bobot badan mencapai 4 Kg, sedangkan yang betina 2 - 2,5 Kg. Ayam Gaok jantan memiliki tampilan tubuh besar, tegap dan gagah. Jenggernya besar berbentuk wilah dan berwarna merah, dengan pial yang besar dan warnanya merah. Kakinya berwarna kuning. Bulunya didominasi oleh warna

kuning kehijau-hijauan (wido), namun ada juga yang berwarna lain, seperti merah dan hitam.

3. Keragaman dan Potensi Ayam Buras

Ayam buras merupakan salah satu unggas lokal yang umumnya dipelihara petani di pedesaan sebagai penghasil telur tetas, telur konsumsi, dan daging. Selain dapat diusahakan secara sambilan, mudah dipelihara dengan teknologi sederhana, dan sewaktu-waktu dapat dijual untuk keperluan mendesak (Rasyid 2002; Mardiningsih *et al.* 2004), unggas ini mempunyai prospek yang menjanjikan, baik secara ekonomi maupun sosial, karena merupakan bahan pangan bergizi tinggi (Gunawan dan Sundari 2003) serta permintaannya cukup tinggi (Bakrie *et al.* 2003). Pangsa pasar nasional untuk daging dan telur ayam buras masing masing mencapai 40% dan 30%. Hal ini dapat mendorong peternak kecil dan menengah untuk mengusahakan ayam buras sebagai penghasil daging (Iskandar *et al.* 1998) dan telur (Rohaeni *et al.* 2004).

Produktivitas ayam buras yang dipelihara secara tradisional masin rendah, antara lain karena tingkat mortalitas tinggi, pertumbuhan lambat, produksi telur rendah, dan biaya pakan tinggi (Ariani 1999; Hastono 1999; Gunawan 2002; Zakaria 2004a). Produksi telur ayam buras yang dipelihara secara tradisional berkisar antara 40–45 butir/ekor/tahun, karena adanya aktivitas mengeram dan mengasuh anak yang lama, yakni 107 hari (Biyatmoko 2003; Sartika 2005; Sulandari *et al.* 2007).

Untuk meningkatkan populasi, produksi, produktivitas, dan efisiensi usaha tani ayam buras, pemeliharaannya perlu ditingkatkan dari tradisional ke

arah agribisnis (Zakaria 2004b; Yudohusodo *dalam* Iriyanti *et al.* 2005). Pengembangan ayam buras secara semiintensif dan intensif dengan pemberian pakan yang berkualitas serta pencegahan dan pengendalian penyakit, terutama tetelo (ND), cacingan, dan kutu, cukup menguntungkan (Muryanto *et al.* 1995; Gunawan 2002; Usman 2007). Perbaikan tata laksana pemeliharaan dari tradisional ke intensif dapat meningkatkan daya tetas sampai 80%, frekuensi bertelur menjadi 7 kali/tahun, dan menurunkan kematian hingga 19% (Hastono 1999; Sartika 2005).

Permasalahan dalam pengembangan ayam buras di pedesaan antara lain adalah skala usaha kecil (pemilikan induk betina kurang dari 10 ekor), produksi telur rendah, berkisar antara 30–40 butir/tahun, pertumbuhan lambat, mortalitas tinggi akibat penyakit ND, biaya pakan tinggi, dan diusahakan secara perorangan dengan pemeliharaan tradisional (Muryanto *et al.* 1994b; Gunawan 2002; Biyatmoko 2003; Rohaeni *et al.* 2004; Sapuri 2006). Peningkatan produktivitas ayam buras dapat dilakukan melalui perbaikan pakan dan peningkatan mutu genetik (Setioko dan Iskandar 2005; Sapuri 2006), serta pengendalian penyakit secara periodik, terutama ND, cacingan, dan kutu (Lestari 2000; Gunawan 2002; Usman 2007). Makalah ini menyajikan gambaran usaha tani ayam buras oleh petani-peternak di pedesaan, termasuk permasalahan, keuntungan, dan manfaat pada berbagai sistem pemeliharaan.

Ayam buras memiliki kebiasaan berkeliaran sepanjang hari di pekarangan, kebun maupun di jalanan, dan mencari makan pada timbunan sampah, selokan, tepi saluran air dan jalan (Mansjoer *dalam* Lestari (2000). Produktivitas ayam

buras umumnya rendah karena pemeliharaan masih sederhana dan belum memperhatikan tata laksana yang baik (Muryanto *et al.* 1994b; 1994c), pemberian pakan tidak seimbang baik kualitas maupun kuantitasnya (Muryanto *et al.* 1994a; Suryana dan Rohaeni 2006; Septiwan 2007; Usman 2007), dan pencegahan penyakit belum optimal (Lestari 2000; Gunawan 2002). Penurunan produktivitas ayam buras berkaitan erat dengan kinerja reproduksi, yang menurun secara nyata akibat perkawinan *in breeding* secara terus-menerus (Sastrodihardjo dan Resnawati *dalam* Tagama 2003).

Sartika (2005) menyatakan produktivitas ayam buras beragam, bergantung pada sistem pemeliharaan dan keragaman individu. Upaya meningkatkan produktivitas ayam buras dapat dilakukan melalui introduksi teknologi pemeliharaan dari ekstensif-tradisional menjadi semiintensif atau intensif (Zakaria 2004b). Upaya tersebut dapat dilakukan dengan melaksanakan "Septa Usaha" ayam buras, yang meliputi pemilihan bibit, pencegahan penyakit, perkandangan, pemberian pakan dengan gizi seimbang, sistem reproduksi, pascapanen, pemasaran, dan manajemen usaha (Sartika 2005). Peningkatan produksi dan reproduksi ayam buras antara lain dipengaruhi oleh pakan yang diberikan (Muryanto *et al.* 1994c; 1995; 2002; Gunawan 2002; Usman 2007), terutama kandungan asam lemak esensial yang berhubungan dengan integritas struktur membran mitokondria dalam organ-organ reproduksi dan fosfolipid sebagai prekursor pembentukan kolesterol (Tranggono 2001). Perkembangan populasi ayam buras di Indonesia relatif lamban. Pada tahun 2006 populasinya tercatat

298.431.917 ekor dengan produksi daging dan telur masing-masing 322.780 ton dan 181.095 butir (Tabel 1).

Tabel 1. Populasi dan produksi ayam buras di Indonesia, 2003–2006.

| Uraian | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Populasi (ekor) | 275.291.873 | 277.357.037 | 276.989.054 | 298.431.917 |
| Produksi daging (t) | 298.516 | 296.421 | 301.427 | 322.780 |
| Produksi telur (butir) | 177.015 | 172.147 | 175.428 | 181.095 |

Sumber: Direktorat Jenderal Peternakan (2006).

Tabel 2. Produktivitas ayam buras berdasarkan umur induk.

| Parameter | Umur ayam | | |
|------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | Muda (6 bulan) | Sedang (12 bulan) | Tua (18 bulan) |
| Produksi telur (butir/ekor/minggu) | 3,24 | 2,21 | 1,78 |
| Bobot telur (g/butir) | 37,04 | 41,12 | 42,47 |
| Indeks telur (%) | 76,04 | 75,12 | 75,21 |
| Konsumsi pakan (g/ekor/minggu) | 575,51 | 598,24 | 533,34 |
| Konversi pakan | 4,48 | 6,99 | 7,34 |
| Fertilitas telur (%) | 90,20 | 86,02 | 77,59 |
| Daya tetas/telur fertil (%) | 93,34 | 93,86 | 88,21 |
| Daya tetas/telur masuk (%) | 84,25 | 80,99 | 68,35 |
| Bobot tetas (g/ekor) | 26,22 | 28,28 | 30,48 |

Sumber: Septiwan (2007).

Karakteristik umum ayam buras adalah bobot badannya ringan, hidup soliter, dan sikapnya cepat stres (Tagama 2003). Ayam buras yang dipelihara secara ekstensif umumnya mencapai dewasa kelamin pada umur 6–7 bulan, bobot badan dewasa 1.400–1.600 g/ekor, produksi telur 40–45 butir/ekor/tahun, bobot telur 40 g, persentase karkas 75%, mortalitas anak (DOC) 31%, daya tetas 86,65%, dan lama mengeram 21 hari (Biyatmoko 2003). Ciri-ciri kuantitatif ayam

buras antara lain bobot badan rata-rata jantan umur 5 bulan 1.222 g, betina 916 g, bertelur pertama pada umur 6,37 bulan, bobot telur 41,60 g, dan daya tetas telur 84,60% (Septiwan 2007). Produksi telur ayam buras yang dipelihara secara intensif mencapai 151 butir/tahun, bahkan setelah mengalami seleksi yang ketat, produksi telur meningkat menjadi 170–230 butir/tahun (Syamsari 1997). Bobot potong dan persentase karkas ayam buras jantan umur 12 minggu masing-masing mencapai 713,70 g dan 60,05%. Karkas meliputi punggung 11%, sayap 15,81%, dada 24,20%, paha atas 19%, dan paha bawah 18% (Muryanto *et al.* 2002). Iskandar *et al.* (1998) menyatakan pertambahan bobot badan dan persentase karkas ayam buras pada umur 12 minggu masing-masing sebesar 704 g dan 62,89%, lebih rendah dibanding silangannya yang mencapai masing-masing 844 g dan 64,93%. Soeparno (1992) mengemukakan bobot potong dan persentase karkas ayam buras jantan umur 6–7 bulan masing-masing 1.264,88 g dan 65,18%.

Produktivitas ayam buras berdasarkan umur induk berbeda nyata (Tabel 2). Induk berumur 6–12 bulan menghasilkan telur dengan fertilitas dan daya tetas yang lebih tinggi dibanding induk berumur 18 bulan, tetapi bobot telur dan bobot tetas telur yang dihasilkan induk berumur 18 bulan lebih tinggi, masing-masing 42,47 g/butir dan 30,48 g/ekor.

4. Peran Ayam Buras

Ayam buras memiliki peran cukup penting bagi masyarakat pedesaan, yaitu sebagai penghasil telur, daging, anak, kotoran, dan bulu (Lestari 2000), serta sumber tambahan penghasilan dan sebagai tabungan hidup yang sewaktu-waktu dapat dijual (Syamsari 1997; Sapuri 2006). Menurut Nurmanaf dan Nasution

dalam Fuadi (1996), usaha beternak ayam buras di daerah transmigrasi Provinsi Jambi dapat memberikan tambahan pendapatan rumah tangga petani, walaupun dilakukan secara tradisional. Pemeliharaan ayam buras dalam kandang baterai dan diumbar secara terbatas, dengan menerapkan teknologi perbaikan pakan, perlakuan fisik, inseminasi buatan, dan penetasan mampu meningkatkan keuntungan 2–2,70 kali lebih tinggi dibanding model pemeliharaan yang hanya memproduksi telur konsumsi. Jumlah telur yang ditetaskan mencapai 50% dari seluruh telur yang dihasilkan (Muryanto *et al.* 1995). Motivasi utama petani memelihara ayam buras adalah sebagai tabungan tidak terurus, artinya petani hanya bertujuan untuk memperoleh hasil tanpa ada tindakan meningkatkan nilai ternak (Wihandoyo dan Mulyadi 1986).

5. Sistem Pemeliharaan Ayam Buras

Ada dua cara memelihara ayam kampung, yaitu dipelihara dengan dilepas bebas atau istilahnya ditiarkan (secara ekstensif) dan yang kedua dibudidayakan atau ditiarkan (secara intensif) (Muslim, DA. 2003). Keduanya mempunyai kelebihan dan kekurangan.

a. Pemeliharaan secara Ekstensif (dilepas bebas/ditiarkan)

Cara pemeliharaan ini pada umumnya dilakukan oleh masyarakat pedesaan, cara ini disebut sebagai cara tradisional. yaitu dilepas bebas berkeliaran di kebun-kebun sekitar rumah. Keunggulan cara pemeliharaan seperti ini adalah Ayam kampung yang dilepas bebas biasanya mempunyai tingkat kekebalan yang tinggi dan menghemat biaya makanan. Umumnya ayam cukup diberi makan pagi hari saat akan dilepas berupa sisa-sisa makanan dan tambahan bekatul

secukupnya. Selebihnya ayam dianggap dapat mencari makan sendiri disekitar rumah. Sedangkan kelemahannya adalah Kelemahannya di antaranya yaitu ayam lambat untuk berkembang lebih banyak, karena tingkat kematian pada anak ayam relatif lebih tinggi. Waktu mengasuh terlalu lama yang berarti mengurangi produktifitas. Kendali akan keberadaan ayam kurang, sehingga kemungkinan dimangsa predator maupun hilang lebih tinggi (Sarwono, B. 1992; 243-244). Cara pemeliharaan ini kurang produktif (Muslim, DA. 2003).

b. Pemeliharaan secara Intensif (diternakkan/dikandangan)

Semula hewan yang kini dipelihara hidup bebas di alam, di hutan, di pegunungan dan lautan lepas. Jumlah hewan-hewan ini beraneka ragam, dan sifat-sifat kehidupannya pun bermacam-macam. Jumlah yang banyak dan beragam itu tidak seimbang dengan jumlah manusia yang masih sedikit dan hidup di gua-gua terpencil untuk melindungi diri dari serangan binatang buas. Kebutuhan untuk hidup mendorong manusia memanfaatkan tanaman dan binatang yang dapat ditangkap atau dibunuhnya. Dari kegiatan itulah manusia mengalami proses belajar untuk mengenal hewan yang enak dimakan dan mudah ditangkap atau dibunuh. Perbendaharaan manusia akan hewan konsumsi mulai bertambah. Di antara hewan yang digemari, adalah hewan-hewan kecil yang mudah ditangkap atau dibunuh. Proses terus berkembang dan kegemaran akan hewan-hewan konsumsi mulai meningkat pada usaha untuk dengan mudah memperoleh tanpa harus mencari-cari di hutan. Inilah penyebab timbulnya keinginan untuk memelihara hewan dengan cara dikandangan (Rasyaf, M. 1992; 42-50).

Kandang adalah tempat tinggal hewan yang dipelihara, salah satunya ayam, tempat berlindung dari terik matahari dan hujan, tempat mendapat pakan dan minum, mendapat jaminan kesehatan dan aman dari gangguan hewan pemangsa lainnya serta orang-orang jahat. Oleh karena itu kandang sangat berperan penting dalam pemeliharaan ayam kampung (Rasyaf, M. 1992; 42-50). Pemeliharaan secara intensif memberikan hasil lebih baik, yang ditunjukkan oleh bobot badan jantan dan betina umur 5 bulan, produksi telur, frekuensi bertelur, daya tunas, dan daya tetas yang lebih tinggi, sementara konversi pakan dan mortalitas lebih rendah dibanding cara tradisional dan semiintensif.

Keunggulan cara pemeliharaan secara intensif adalah Ayam yang dikandangkan lebih mudah dikontrol keberadaannya, dapat mempercepat populasinya dengan cara setiap ayam yang bertelur diambil dan dikumpulkan untuk ditetaskan secara bersama dalam satu indukan atau mesin penetas. Anak ayam tidak harus mengikuti induknya. Namun dapat dipisah dan ditempatkan dengan pemberian panas cahaya listrik (untuk penghangat) dan makanan yang sesuai (Sarwono, B. 1995; 243-244). Sedangkan kelemahannya adalah Apabila kondisi kandang tidak diperhatikan dan tidak sesuai syarat, maka kondisi hewan peliharaan justru akan memburuk, hal ini disebabkan kondisi yang telah membuat hewan ternak memiliki ketergantungan terhadap pemeliharanya, sehingga memerlukan perhatian yang lebih dibandingkan dengan cara diliarikan. Oleh karena itu kondisi kandang merupakan hal yang sangat penting dalam cara pemeliharaan ini, misalnya pada saat pembuatan kandang harus diperhatikan beberapa faktor, di antaranya yaitu masalah biologis ayam yang akan

menempatnya, teknik pembuatan kandang yang berhubungan langsung dengan masalah bentuk dan kualitas bahan, serta masalah iklim, suhu, pergerakan angin dan pengaturan udara yang berhubungan langsung dengan temperatur dan kelembaban kandang serta ventilasi udara (Muslim, DA. 2003).

Pemeliharaan ayam buras secara intensif di Desa Bollangi, Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan oleh 30 peternak dengan skala pemeliharaan 125 ekor, dan 50 peternak semiintensif dengan jumlah 150 ekor, lebih menguntungkan dibanding cara tradisional. Keuntungan yang diperoleh masing-masing adalah Rp1.118.625 dan Rp872.912 (Rasyid, 2002). Pada pemeliharaan ayam buras system eram asuh dan eram pisah selama 6 bulan, keuntungan yang diperoleh masing-masing sebesar Rp16.887,90 dan Rp20.762,90/7 ekor/6 bulan (Muryanto *et al.* 1994c), serta Rp76.385/50 ekor/6 bulan (Muryanto *et al.* 1994b).

Introduksi paket teknologi yang terdiri atas tata laksana pemeliharaan induk, pemisahan anak ayam setelah menetas, vaksinasi ND secara teratur, dan IB mampu meningkatkan pendapatan peternak ayam buras di daerah pasang surut Kabupaten Pontianak Kalimantan Barat sebesar Rp353.500/tahun. Kontribusi pendapatan dari usaha ayam buras ini meningkat dari 1,60% menjadi 25,10% terhadap total pendapatan peternak (Togatorop dan Juarini 1993). Di Jawa Barat, pemeliharaan ayam buras dengan perbaikan teknologi meningkatkan pendapatan Rp327.322/tahun (Soepeno *et al.* 1993).

Dalam pemeliharaan ayam buras atau ayam kampung, baik yang dipelihara secara intensif atau ekstensif, peternak harus mengetahui beberapa

kebiasaan atau sifat yang kampung yang meugikan, di antaranya yaitu (Muslim, DA. 2003):

1) Kanibalisme

Kanibalisme pada ayam kampung adalah mematuk bahkan memakan kawan sendiri. Kanibalisme pada ayam kampung dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu ayam kekurangan zat makanan, misalnya protein, mineral dan air minum; jumlah ayam dalam satu kandang terlalu padat, sehingga ayam saling berebut tempat yang paling menyenangkan; udara dalam kandang terlalu panas, karena sistem ventilasi kandang kurang baik; ayam kekurangan *grit*.

2) Memakan telur

Peristiwa ayam memakan telur (*egg eating*) sering dijumpai pada pemeliharaan ayam sistem kandang litter. Untuk menghindari ayam memakan telurnya sendiri, zat-zat mineral (NaCl dan Ca) dan air minum yang dibutuhkan ayam harus dipenuhi.

3) Rontok bulu

Rontok bulu merupakan peristiwa alami yang wajar bagi ayam. Tetapi bila hal ini terjadi terlalu cepat, jelas akan merugikan peternak ayam.

Selain itu, hal penting yang harus diketahui seorang peternak dalam memelihara ayam kampung, yaitu ayam kampung termasuk jenis unggas yang tahan terhadap penyakit. Tetapi tidak berarti bahwa ayam kampung tidak dapat diserang oleh penyakit. Berikut ini beberapa penyakit yang sering menyerang ayam kampung, di antaranya sebagai berikut (Muslim, DA. 2003):

1) Tetelo (*New Castle Disease*: ND)

Penyakit tetelo (*New Castle Disease*:ND) merupakan penyakit ayam yang sangat berbahaya dan sulit ditanggulangi. Penularannya dapat melalui berbagai media, antara lain : Kontak langsung antara ayam sehat dengan ayam yang sakit; Tamu yang masuk kedalam kompleks peternakan membawa bibit kuman penyakit ini; Tempat makan dan minum yang kurang bersih, sehingga mudah ditempati oleh virus penyakit ini; Burung-burung liar (misalnya burung gereja) yang ikut memakan makanan ayam. Tingkat kematian akibat penyakit ini sangat tinggi, sekitar 10-100%.

2) Pilek (*Snot*)

Penyebab penyakit ini adalah bakteri (*Hemophilus galliarum*). Penularannya dapat melalui berbagai media, antara lain :Kontak langsung antara ayam sehat dengan ayam yang sakit; Melalui udara, debu, makanan dan alat-alat dalam kandang yang kurang bersih; Tamu yang masuk kedalam kompleks peternakan membawa bibit kuman penyakit ini; Burung-burung liar (misalnya burung gereja) yang ikut memakan makanan ayam. Tingkat kematian yang disebabkan oleh penyakit ini juga sangat tinggi.

3) Berak Darah (*Coccidiocis*)

Berak darah (*Coccidiocis*) dapat menyerang ayam segala umur. Penularannya dapat terjadi melalui : binatang lain (seperti tikus, burung, ayam liar yang masuk ke dalam kandang dan telah membawa bibit penyakit atau empat makan dan minum yang kurang bersih.

4) Sesak Napas

Sesak napas penyebabnya adalah bakteri (*Mycoplasma gallisepticum*). Penyakit ini menyerang alat-alat pernapasan, sehingga ayam kesulitan untuk bernapas.

5) Berak Kapur

Berak kapur disebabkan oleh bakteri (*Salmonella pullorum*). Penyakit ini lebihsuka menyerang anak ayam dan ayam dara. Penularannya melalui : Telur; Kontak langsung antara ayam sehat dengan ayam yang sakit; peralatan penetasan dan peralatan-peralatan kandang yang kurang bersih.

Untuk menghindari kemungkinan terjadinya penularan penyakit, peternak harus segera mengakaratina ayam yang dicurigai sakit, melarang atau membatasi tamu yang masuk ke kompleks peternakan. Disamping itu kebersihan peralatan kandang, seperti tempat pakan dan minum serta keadaan kandang harus selalu diperhatikan.

6. Prospek Pengembangan ayam Buras

Ayam buras mempunyai potensi besar untuk dikembangkan, terutama di pedesaan, karena mampu memanfaatkan limbah pertanian dan limbah dapur, serta sebagai pengendali serangga. Ayam buras merupakan bagian dari usaha tani di pedesaan, sehingga dapat membuka lapangan kerja dan dikembangkan dengan modal kecil (Gunawan 2002).

Setiadi *et al.* (1986) menyatakan, ayam buras dapat berkembang pada berbagai tipologi lahan. Ayam buras dapat berkembang dengan baik ada lahan gambut dan pasang surut, karena pada lahan tersebut tersedia pakan berupa

serangga dan cacing sebagai sumber protein. Produktivitas ayam buras tidak berbeda pada berbagai tipologi lahan, karena lebih banyak dipengaruhi oleh manajemen pemeliharaan. Produksi telur rata-rata berkisar antara 6–14 butir/periode bertelur (*clutch*) dan daya tetas 20–100% (Desmayati dan Supriadi *dalam* Suriadikarta dan Sutriadi 2007).

Seperti halnya ayam buras yang dipelihara petani di Pulau Jawa, produksi telur masih rendah, berkisar antara 30–50 butir/tahun. Rendahnya produksi disebabkan oleh lamanya periode mengasuh anak dan istirahat bertelur (Biyatmoko 2003). Periode istirahat bertelur sekitar 3–4 kali/ tahun, dengan produksi telur tiap periode bertelur 10–15 butir. Di Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan, pemeliharaan ayam buras secara intensif pada kandang baterai, skala pemeliharaan 50–100 ekor, dan dengan tata laksana pemberian pakan yang baik, mampu menghasilkan telur 20–30 butir/periode bertelur.

Ketinggian tempat atau topografi mempengaruhi produktivitas ayam buras (Nataamidjaja *et al.* 1990; Lestari 2000; Khalil *et al.* 2001; Zakaria 2004a). Pada dataran rendah dengan suhu lingkungan tinggi, produksi telur dan konsumsi pakan menurun. Produksi telur tertinggi dicapai pada suhu lingkungan yang optimal, karena energi yang dikeluarkan untuk pengaturan panas menjadi minimal. Produksi telur ayam buras di dataran tinggi rata-rata mencapai 607,60 butir/ tahun, bobot telur 42,70 g, daya tetas 76,80%, bobot badan 197,90 g, dan bobot karkas 60,40% (Nataamidjaja *et al.* 1990). Di dataran rendah, produktivitasnya lebih rendah, yaitu produksi telur rata-rata 455,50 butir/tahun, bobot telur 38,80 g, daya tetas 79,20%, bobot badan sampai umur 6 minggu 177,29 g, dan persentase karkas

53,70%. Lestari (2000) dan Khalil *et al.* (2001) mengemukakan, di dataran tinggi (680 m dpl.) ayam buras mampu menghasilkan telur 10,15 butir/periode bertelur, dengan daya tetas 92,20%, bobot badan anak 108,71 g, serta bobot badan jantan dan betina muda masing-masing 530,06 g dan 470,09 g. Pada dataran rendah (190 m dpl.), produksi telur 10,22 butir/ periode bertelur, daya tetas 78%, bobot badan anak 91,26 g, serta bobot badan jantan dan betina muda masing-masing 508,07 g dan 496,56 g.

Model pengembangan usaha ayam buras merupakan suatu perangkat pengembangan yang dapat diintroduksi dan dikembangkan oleh petani-peternak di pedesaan. Perangkat tersebut terdiri atas masukan, luaran, hasil, dampak, dan faktor-pendukung (Gunawan 2002). Pengembangan ayam buras terutama diprioritaskan untuk peternakan rakyat, karena teknologinya sederhana, dapat dilaksanakan secara sambilan, mudah dipelihara, cocok untuk skala usaha keluarga di pedesaan, daya adaptasinya tinggi, serta lebih tahan terhadap penyakit dibanding ayam ras (Mardiningsih *et al.* 2004). Namun, pengembangan ayam buras skala pedesaan menghadapi beberapa kendala, antara lain skala kepemilikan relatif kecil (5–10 ekor/KK), modal petani peternak terbatas, akses untuk meminjam modal dalam pengembangan skala usaha terbatas, belum adanya standarisasi pakan, dan mortalitas akibat penyakit tinggi. Menurut Gunawan (2002) dan Rohaeni *et al.* (2004), skala pemeliharaan ayam buras yang menguntungkan adalah lebih dari 50 ekor/KK.

Di Jawa Barat dan Jawa Timur, pemeliharaan ayam buras berkembang dengan pesat karena berbagai faktor, antara lain: 1) kesesuaian lokasi geografis,

2) petani-peternak menyenangi memelihara ayam buras, 3) cara pemeliharaannya mudah dan tidak membutuhkan modal besar, dan 4) pemeliharaan merupakan usaha sampingan atau tabungan (Sehabuddin dan Agustian 2001). Pengembangan ayam buras dengan pola pemeliharaan intensif melalui program pemerintah, seperti Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan (SPAKU), Program Pertanian Rakyat Terpadu (PRT), dan Usaha Khusus (UPSUS), menunjukkan hasil yang baik, walaupun produksi telur lebih rendah dibanding pemeliharaan yang dilakukan oleh peternak tanpa bantuan pemerintah (Gunawan 2002). Hal ini menunjukkan bahwa ayam buras memiliki potensi dan prospek yang besar untuk dikembangkan dalam rangka meningkatkan pendapatan petani-peternak di pedesaan.

Di Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan, pemeliharaan ayam buras secara intensif pada kandang baterai dengan skala pemilikan 200–2.000 ekor/ KK, memberikan kontribusi terhadap pendapatan keluarga hingga 100%, sementara di Kabupaten Tapin dengan skala pemeliharaan 10–100 ekor/KK kontribusinya sebesar 8,65% (Rohaeni *et al.* 2004). Di Jawa Barat dan Jawa Timur, usaha peternakan ayam buras memberikan kontribusi terhadap total pendapatan rumah tangga peternak, masing-masing sebesar 14,90% dan 12,90% (Sehabuddin dan Agustian 2001). Pemeliharaan ayam buras secara intensif sebanyak 44 ekor/ KK selama 24 minggu mampu meningkatkan pendapatan petani-peternak dari 40,90% menjadi 48,47% atau dari Rp360.000 menjadi Rp917.000/tahun (Gunawan 2002).

Petani-peternak banyak yang memelihara ayam buras karena mampu memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menopang perekonomian keluarga. Telur dan daging ayam buras mampu bersaing dengan ayam ras dan harganya relatif stabil serta konsumennya luas. Ayam buras tersebar luas dan sebagian besar masyarakat di pedesaan memiliki dan memeliharanya, sehingga sangat mendukung untuk dikembangkan dalam menunjang peningkatan pendapatan keluarga petani-peternak di pedesaan (Syamsari, 1997), serta cocok untuk usaha sampingan selain bercocok tanam (Mardiningsih *et al.* 2004). Mengingat persepsi masyarakat yang positif terhadap ayam buras dan produknya, maka perlu adanya dorongan dari berbagai instansi terkait dalam rangka mewujudkan salah satu program pemerintah yaitu ketahanan pangan dan kecukupan daging.

Dalam pengembangannya, ditemukan berbagai hambatan untuk meningkatkan produktivitas ayam kampung yang relatif rendah. Hal ini terkait dengan sistem pemeliharaan yang masih tradisional, pakan yang diberikan masih seadanya, dan belum terlaksananya sistem pengendalian penyakit dengan baik. Hambatan-hambatan ini menjadi kendala dalam pengembangan ternak ayam kampung di pedesaan. Dalam pembudidayaan ayam kampung, permasalahan yang sering ditemui adalah penyediaan bibit ayam kampung unggul. Dalam pencarian calon bibit unggul, selain didasarkan dari tampilan luarnya, juga seleksi ayam kampung yang berbasis konsep pemuliaan ternak, sehingga diperoleh bibit unggul, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas ternak (Darwati, 2000). Ciri-ciri bibit unggul ayam, yaitu (Winarto, 1991):

- 1) Bagian tubuh tak ada yang rusak atau cacat, misalnya kaki utuh dan leher lurus.
- 2) Otot gempal dan kuat, terutama di bagian paha dan dada. Tulangnya juga kuat.
- 3) Susunan bulu teratur, saling menghimpit dan tampak mengkilat. Kondisi bulu yang baik mencerminkan kondisi kulit yang baik pula.
- 4) Mata cerah dan pandangannya tampak tajam.
- 5) Gerakannya gesit yaitu mudah berontak bila dipegang.
- 6) Ukuran badannya sedang, tidak kurus dan tidak gemuk.
- 7) Induk jantan mempunyai jengger yang berwarna merah cerah, kepala tampak kokoh, paruh pendek, tajam dan kuat.
- 8) Jarak ujung tulang dada dengan dubur berjarak minimal tiga jari tangan.

B. Tinjauan Umum Pedagang

Perdagangan merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk menyampaikan barang dengan maksud pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Proses ini berlangsung dari produsen menuju konsumen. Orang yang aktivitasnya melakukan perdagangan disebut sebagai pedagang. Perdagangan terbagi menjadi perdagangan besar dan perdagangan kecil. Pada perdagangan besar, barang-barang dijual dalam jumlah yang sangat besar, barang dagangan juga tidak disampaikan langsung pada konsumen atau pengguna, tetapi didistribusikan kepada para pedagang kecil. Pada pedagang kecil, barang yang dijual biasanya dalam jumlah yang lebih kecil dan langsung ke tangan pengguna atau konsumen.

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang dapat dikategorikan menjadi :

1. Pedagang grosir

Pedagang grosir beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran. Grosir atau mendistribusikan diartikan sebagai penjualan barang atau *merchandise* kepada pengecer, pengguna bisnis industri, komersial, institusi atau profesional, atau kepada penggrosir lainnya dan jasa terkait. Secara umum, artinya penjualan barang kepada siapa saja selain konsumen biasa.

Menurut *United Nations Statistics Division*, "grosir" adalah menjual kembali (menjual tanpa pengubahan) barang baru dan terpakai kepada pengecer, pengguna industri, komersial, institusi atau profesional, atau kepada penggrosir lain, atau terlibat berperan sebagai agen atau broker dalam membeli merchandiser untuk, atau menjualnya kepada orang-orang atau perusahaan. Penggrosir biasanya mengatur, mengurutkan dan memeringkatkan barang-barang di tempat luas, jumlah besar, dipak kembali dan didistribusikan kembali di tempat yang lebih kecil. Sementara penggrosir sejumlah produk biasanya beroperasi atas alasan sendiri, pemasaran grosir untuk barang makanan dapat dilakukan di pasar grosir tertentu tempat semua pedagang bertemu. Umumnya, penggrosir lebih dekat dengan pasar yang mereka suplai daripada sumber yang mereka dapatkan produknya.

Tetapi, dengan penemuan Internet dan *E-procurement*, terdapat peningkatan jumlah penggrosir yang berdiri di dekat pusat manufaktur di

Tiongkok Daratan, Taiwan dan Asia Tenggara seperti Chinavasion, Salehoo dan Modbom, banyak di antaranya menawarkan jasa antar barang ke perusahaan dan perorangan.

2. Pedagang eceran

Pedagang eceran disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer (Anonim, 2011). Eceran atau disebut pula ritel (bahasa Inggris: *retail*) adalah salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer. Pada prakteknya pengecer melakukan pembelian barang ataupun produk dalam jumlah besar dari produsen, ataupun pengimport baik secara langsung ataupun melalui grosir, untuk kemudian dijual kembali dalam jumlah kecil.

Sedangkan menurut Akhinayasrin (2011) berpendapat bahwa pedagang sendiri jenisnya bermacam-macam. Ada pedagang keliling, pedagang asongan, pedagang dari pintu ke pintu (*door to door*), pedagang kios, pedagang kaki lima, pedagang grosir (pedagang besar), pedagang supermarket dan sebagainya. Jenis-jenis pedagang ini lazimnya dibedakan berdasarkan pada cara menawarkan barang dagangannya masing-masing.

1. Pedagang Keliling

Pedagang keliling adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara berkeliling. Berkeliling disini biasanya dilakukan dari

RT ke RT, dari RW ke RW, dari kampung ke kampung, atau dari desa ke desa. Barang yang mereka tawarkan biasanya digendong, dipikul, didorong dengan gerobak, atau diangkut dengan sepeda atau kendaraan bermotor. Pedagang ini tidak menetap atau mangkal di satu tempat secara permanen, tetapi berpindah sesuai keperluan. Barang yang dijual biasanya merupakan kebutuhan sehari-hari, seperti sayuran, makanan kecil, es krim, jajanan anak-anak, dan lain-lain. Yang termasuk pedagang jenis ini adalah pedagang jamu gendong, pedagang bakso, pedagang es krim, dan lain-lain.

2. Pedagang Asongan

Pedagang asongan kurang lebih mirip dengan pedagang keliling, tetapi dalam bentuk yang lebih kecil, jangkauannya pun lebih sempit, misalnya di sekitar terminal atau di sekitar pasar. Pedagang asongan adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara menempatkannya di kotak kecil yang mudah dibawa dan dipindah-pindahkan. Kotak tersebut biasanya mereka kalungkan di leher seperti tas, dan barang-barang yang mereka tawarkan biasanya berupa rokok, korek api, kembang gula, kertas tissue, kacang, kuaci, buah, dan barang-barang ringan lainnya. Pedagang asongan menjajakan dagangannya langsung ke tangan konsumen.

3. Pedagang Kaki Lima

Pedagang kaki lima adalah pedagang yang menawarkan barang dagangannya dengan cara menggelarnya di trotoar atau di tepi jalan yang ramai. Untuk menggelar dagangannya, mereka menggunakan tikar, terpal, atau semacam balai-balai. Barang yang mereka tawarkan umumnya berupa sepatu, pakaian,

makanan, buah-buahan, dan lain-lain. Dalam menjajakan dagangannya mereka tidak berkeliling.

4. Pedagang Grosir

Pedagang ini merupakan bagian dari perdagangan besar, mereka menjual barang dagangannya kepada penjual lain yang lebih kecil (biasa disebut pedagang eceran). Pedagang grosir banyak ditemukan di kota-kota besar, misalnya adalah Carrefour, Makro, Alfa, Hero (Giant), dan Matahari. Adapula pedagang grosir yang berjualan di pasar-pasar tradisional.

Grosir adalah pedagang yang dalam menawarkan barang tidak langsung berhadapan dengan calon pembeli. Pedagang grosir tidak langsung menawarkan barang kepada calon pembeli sebagaimana pedagang eceran, melainkan calon pembelilah yang mendatangi pedagang grosir (Akhinayasrin, 2011).

Badan-badan yang berusaha dalam bidang tataniaga, menggerakkan barang dari produsen sampai konsumen melalui jual beli, dikenal sebagai perantara (middlemen, intermediary). Badan-badan ini dapat dalam bentuk perseorangan, perserikatan ataupun perseroan. Berdasarkan pemilikan atas barang dagangan, mereka dapat dibagi ke dalam dua kelompok yaitu kelompok yang memiliki barang dagangan dan kelompok yang tidak memiliki barang dagangan (Hanafiah, 2006).

Jenis perdagangan lain yang berkembang di Indonesia adalah usaha perdagangan ritel atau eceran. Maksud dari perdagangan eceran atau ritel ini adalah usaha perdagangan yang menjual berbagai kebutuhan untuk memenuhi keperluan hidup sehari-hari. Usaha perdagangan ini ada yang dikelola secara

tradisional, dan ada pula yang sudah modern. Berikut ini macam-macam perdagangan eceran atau ritel, sebagai berikut:

1. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat bertransaksi antara penjual dan pembeli secara langsung, pembeli mendatangi pedagang yang menggelar dagangannya di kios-kios, lapak-lapak, dan sebagainya. Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:

- a. Memperjual-belikan barang-barang kebutuhan sehari-hari dengan cara eceran.
- b. Terdiri dari kumpulan pedagang eceran yang jumlahnya cukup banyak.
- c. Fasilitas dan bangunan tempat berjualan relative masih sederhana.
- d. Pengelolaan dan pemilikan lahan di tangani oleh pemerintah daerah setempat.

2. Pasar Swalayan atau *Supermarket*

Pasar swalayan atau *supermarket* adalah merupakan pasar yang berjualan barang-barang kebutuhan seperti halnya di pasar tradisional, hanya saja pengelolaannya menggunakan sistem yang lebih modern dan pembeli memilih sendiri barang yang diinginkan lalu membayarnya di meja kasir. Pemilikan pasar jenis ini bias dimiliki perorangan ataupun sekelompok pengusaha.

3. *Departement Store* atau Toserba

Di tempat ini, barang dijual jauh lebih variatif, bukan hanya barang kebutuhan sehari-hari saja. Kita bias menemukan berbagai komoditas, seperti kebutuhan sehari-hari hingga bahan material untuk bangunan ataupun perlengkapan otomotif. Di *department store* ini terdapat gerai-gerai dengan transaksi yang dilayani pramuniaga atau *self service*.

4. Pasar Grosir

Pasar grosir adalah merupakan pasar dengan transaksi antara penjual dan pembeli dalam partai yang besar. Barang-barang yang dibeli dari sini biasanya untuk diperdagangkan kembali.

5. Pasar Grosir Tradisional

Pasar ini memiliki penjual grosir yang relative banyak, contohnya adalah pasar Tanah Abang di Jakarta, Pasar Mangga Dua di Jakarta, Pasar Baru di Bandung, dan sebagainya.

6. Pasar Grosir Modern

Aktivitas yang terjadi di pasar ini kurang lebih sama dengan pasar grosir tradisional, hanya saja pengelolaannya sudah mengaplikasikan hal-hal yang modern. Contohnya adalah Makro, Giant, Alfa, dan lain-lain.

7. Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan sering dikenal dengan sebutan *Mall*, *Plaza*, *Shopping Centre*, dan sebagainya. Tempat ini merupakan tempat berjualan berbagai macam komoditas, bukan hanya kebutuhan sehari-hari, tetapi berbagai barang mulai dari barang mewah hingga sederhana ada disini. Dalam satu buah *Mall* bisa terdapat berbagai toko, gerai, hingga supermarker. Misalnya adalah Blok M Plaza, Mangga Dua Mall, Bandung Indah Plaza, dan sebagainya.

8. Toko Bebas Pajak

Toko bebas pajak atau dikenal juga dengan istilah *Duty Free Shop* adalah tempat untuk perdagangan barang-barang yang bebas pajak, sehingga harga barang-barang disini lebih relatif mudah. Toko seperti ini memiliki badan hukum,

banyak ditemui di bandara-bandara internasional, konsumennya biasanya merupakan member khusus dan lebih diprioritaskan untuk orang asing.

9. Pasar Percontohan

Pasar percontohan adalah pasar yang berada di suatu wilayah yang merupakan daerah tertinggal dan perekonomiannya cenderung terbelakang dengan harapan daerah itu akan berkembang dan mandiri serta meningkatkan kesejahteraan penduduk di sekitarnya. Barang yang dijual disini merupakan barang kebutuhan sehari-hari dan hasil alam atau kerajinan masyarakat sekitarnya.

10. Pertokoan

Pertokoan merupakan suatu kawasan yang terdapat banyak toko di sepanjang jalan atau daerah sekitarnya. Suatu kawasan disebut sebagai kawasan pertokoan jika telah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Seperti pusat pertokoan Glodok di Jakarta, dan lain-lain.

11. Pasar Induk

Pasar induk merupakan tempat bertransaksi barang dan jasa dalam partai besar. Barang yang dibeli ditempat ini biasanya untuk dijual kembali di pasar-pasar atau tempat berjualan lain lebih kecil. Contohnya adalah pasar induk Kramat Jati di Jakarta dan Pasar Induk Cirojom di Bandung.

C. Harga Jual

Harga merupakan jumlah yang dibayarkan oleh pembeli atas barang dan jasa yang ditawarkan oleh penjual. Sebenarnya konsep tersebut terlalu sederhana. Harga juga disebut nilai. Menurut teori ekonomi, nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam

pertukaran. Tetapi kondisi masyarakat sekarang sudah lain. Untuk mengukur nilai suatu barang dalam pertukaran dapatlah digunakan uang. Sehingga istilah yang dipakai adalah harga. Secara singkat, harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swastha, 2000).

Menetapkan harga memang mudah, tetapi menetapkan harga yang tepat itulah persoalannya. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan dan banyak pihak yang berkepentingan dengan harga. Bagi perusahaan, harga jelas mempengaruhi keuntungan. Jelasnya harga tidak boleh lebih rendah dari biaya rata-rata perproduk kalau perusahaan ingin memperoleh keuntungan (Simamora, 2002).

Harga jual ditetapkan oleh pembeli dan penjual dalam suatu proses tawar menawar. Penjual akan meminta harga jual yang lebih tinggi dari yang diharapkan akan diterimanya, sedangkan pembeli akan menawar lebih rendah dari yang diharapkan akan dibayarnya. Dengan tawar menawar mereka akan sampai pada suatu kesepakatan tentang harga (Swastha, 2000).

Nitisemito (1994), menambahkan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang ditukar dengan sejumlah uang, dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya pada orang lain. Jadi dalam hal ini harga menjadi alat ukur yang dinyatakan dalam uang untuk mendapatkan suatu barang dan pemiliknya baru bersedia melepaskan barangnya apabila mendapatkan imbalan berupa sejumlah uang sesuai kesepakatan.

Harga jual ditetapkan oleh pembeli dan penjual dalam suatu proses tawar menawar penjual akan meminta harga jual yang lebih tinggi dari yang diharapkan diterimanya, sedangkan pembeli akan menawarkan lebih rendah dari yang diharapkan akan dibayarnya. Dengan tawar menawar mereka akan sampai pada suatu kesepakatan tentang harga (Kotler, 1994).

Masalah harga sebenarnya merupakan salah satu dari empat variabel utama harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang akan dicapai oleh manajer perusahaan. Segala keputusan yang berhubungan dengan harga akan sangat mempengaruhi beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik yang menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Oleh karena itu manajer suatu perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan harga jual (Nitisemito, 1994).

1. Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam hubungannya dengan harga jual banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan dan menjadikan tujuan perusahaan sebagai tolak ukur dalam menetapkan harga jual, serta mempertimbangkan faktor-faktor yang pengaruhnya sangat kuat terhadap keberadaan suatu produk di pasar. Menurut Kotler (1994), menyatakan bahwa ada enam tujuan usaha yang utama memungkinkan perusahaan melalui penetapan harga yaitu bertahan hidup, memaksimalkan laba jangka pendek, memaksimalkan pendapatan jangka panjang, pertumbuhan penjualan maksimum, penyaring pasar secara maksimal, dan unggul dalam mutu produk.

Perusahaan memutuskan bahwa bertahan hidup akan dijadikan sebagai tujuan utamanya, bila menghadapi kapasitas yang tinggi, persaingan yang gencar atau perubahan keinginan konsumen. Agar perusahaan bisa terus berproduksi serta persediaan terus berputar, maka perusahaan harus memegang harga jual yang rendah dengan harapan bahwa pasar akan peka terhadap harga. Dalam hal ini mampu bertahan hidup dianggap memiliki arti yang lebih besar daripada jumlah keuntungan. Akan tetapi, bertahan hidup hanyalah jangka pendek. Dalam jangka panjang perusahaan harus mencari agar produksinya mendapat nilai lebih di pasar atau bangkit ke permukaan.

Kebanyakan perusahaan menentukan tingkat harga yang akan menghasilkan keuntungan setinggi mungkin. Mereka mempertimbangan bahwa permintaan dan biaya ada hubungannya dengan tingkat harga, dan kemudian memutuskan satu harga tertentu yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan maksimal, arus kas sebanyak mungkin. Dalam banyak hal perusahaan lebih menekankan prestasi keuntungan jangka pendeknya daripada jangka panjang.

Beberapa perusahaan ingin menentukan tingkat harga yang nantinya dapat memaksimumkan pendapatan dari penjualan. Kalau fungsi biaya sulit diperkirakan karena adanya biaya-biaya gabungan dan biaya tidak langsung, maka tujuan memaksimumkan pendapatan dalam jangka panjang pada gilirannya akan memaksimumkan laba dan pertumbuhan pangsa pasar.

D. Tingkat Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dengan demikian apabila dikaitkan dengan pelanggan, maka pelanggan dapat merasakan hal-hal (a) Kalau kinerjanya dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa; (b) Kalau kinerjanya sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas; (c) Kalau kinerjanya melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004)

Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi produk dari perusahaan maupun
- c. Pesaing - pesaingnya.
- d. Pengalaman dari teman-teman.

Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

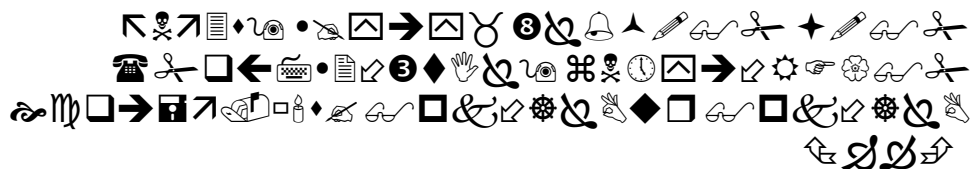
- a. Kualitas Produk; Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
- b. Kualitas Pelayanan; Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional; Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga; Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- e. Biaya; Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) salah satunya adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk (Wulansari, 2007). Selanjutnya citra produk merupakan komponen dalam citra merek (Simamora, 2002).

E. Kajian Al Qur'an Terkait Binatang Ternak

Allah Swt menjelaskan aneka ragam kenikmatan yang disediakan untuk hambanya berupa binatang ternak, seperti unta, sapi, kambing dan lainnya. Sebagaimana nikmat yang diperoleh dari binatang ternak itu, seperti bulunya yang dapat di buat kain wool, yang berguna untuk melindungi tubuh dari gangguan udara dingin dan kulitnya dapat dijadikan sepatu dan peralatan lainnya, begitu pula susu dan dagingnya bermanfaat bagi kesehatan manusia.

Dalam Firman-Nya Pada Q.S. Al-Mu'mim Ayat 79.



Terjemahnya :

“Allahlah yang menjadikan binatang ternak untuk kamu, sebagiannya untuk kamu kendaraai dan sebagiannya untuk kamu makan”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia di berikan nikmat dan karunia yang besar dari Allah Swt tentang binatang ternak, dimana selain untuk dimakan binatang ternak juga dapat dijadikan sebagai alat yang dapat dikendarai manusia sebagai alat angkutan barang dan transportasi untuk membantu manusia dalam merigankan beban bawaan mereka, agar mereka dapat bersyukur atas segala nikmat yang diberikan oleh Allah Swt.

Kemudian Allah Swt menegaskan bahwa dia maha pengampun dan maha penyayang Kasih sayang Allah Swt disebutkan dalam ayat ini agar manusia dapat mensyukuri nikmat Allah Swt yang diperolehnya dari binatang ternak yang sangat

bermanfaat bagi mereka sebagai alat pengangkut bagi kehidupan mereka.

Sebagaimana yang tercantunm dalam Q.S. Yassin ayat 71.



Terjemahnya :

“Dan Apakah mereka tidak melihat bahwa sesungguhnya kami telah menciptakan binatang ternak untuk mereka Yaitu sebahagian dari apa yang telah Kami ciptakan dengan kekuasaan kami sendiri, lalu mereka menguasainya”.

Dan firman-nya di Q.S. Yassin ayat 72.



Terjemahnya :

“Dan Kami tundukkan binatang-binatang itu untuk mereka; Maka sebahagiannya menjadi tunggangan mereka dan sebahagiannya mereka makan”

Pada surat Yassin ayat 71-72. Allah Swt memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk memperhatikan makhluk yang Allah tundukkan untuk mereka seperti halnya hewan ternak, Dia menjadikan mereka memilikinya, selalu taat memenuhi apa yang mereka inginkan, Dia juga menjadikan di dalamnya berbagai manfaat yang banyak untuk mereka seperti dapat membawa mereka, membawa beban berat milik mereka serta perlengkapan mereka dari tempat yang satu ke tempat yang lain, dan mereka juga dapat memakannya, dapat memanfaatkan kulitnya untuk menghangatkan badan, demikian pula memanfaatkan kulitnya dan bulunya sebagai perlengkapan rumah tangga atau sebagai kesenangan sampai waktu yang ditentukan, dan manfaat lainnya yang diperoleh dari hewan tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober 2014, Tempat di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa, Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu. Adapun alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena pasar tersebut disamping memiliki pedagang pengecer ayam buras yang banyak, juga mewakili desa dan kota.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pedagang pengecer ayam buras yang terdapat di tiga pasar sebanyak 50 orang yaitu di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang sebanyak 15 orang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa sebanyak 15 orang, dan Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu sebanyak 20 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (S, Arikunto : 1998). Dalam

hubungan dengan penarikan sampel, S. Arikunto mengemukakan bahwa apabila sampel yang diambil kurang dari 100 orang, lebih baik sampelnya diambil semua dari total sampling, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Berdasarkan hal tersebut, sampel dalam penelitian ini adalah semua pedagang pengecer ayam buras yang terdapat di tiga pasar sebanyak 50 orang yaitu di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang sebanyak 15 orang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa sebanyak 15 orang, dan Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu sebanyak 20 orang.

C. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian dalam hal ini pedagang pengecer di Bulukumba.
2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung kepada para pedagang pengecer ayam buras yang menjadi responden peneliti.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang meliputi harga jual dan volume penjualan ayam buras.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan pedagang pengecer yang meliputi harga jual dan volume penjualan ayam buras.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak atau instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik yang meliputi keadaan umum lokasi penelitian.

E. Metode Analisa Data

Alat analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras di Bulukumba dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{\text{Total Nilai Observasi}}{\text{Total Responden}} \times 100\% \quad (\text{Sugiyono, 2006})$$

Keterangan :

Kepuasan Kategori Rendah = 0% - 33,33%

Kepuasan Kategori Sedang = 33,34% - 67,66%

Kepuasan Kategori Tinggi = 67,67% - 100%

Sedangkan untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba adalah dengan analisis regresi, dimana analisis regresi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output/dependen (y) dengan satu atau beberapa variabel input/independen (x), hubungan matematis digunakan sebagai suatu model regresi yang digunakan untuk meramalkan atau memprediksikan nilai output (y) berdasarkan nilai input (x) tertentu. Persamaan dari regresi sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

1. Y adalah variabel yang mencakup tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras di Bulukumba.
2. X adalah variabel yang mencakup penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba.
3. a adalah intersep
4. b adalah koefisien variable X

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat kepuasan dengan penetapan harga, maka hubungan korelasi dilambangkan dengan nilai R = koefisien korelasi, jika nilai R tidak lebih dari harga $(-1 < R < +1)$. Apabila nilai $R = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna, $R = 0$ artinya tidak korelasi, dan $R = 1$ berarti korelasinya sempurna positif. Selanjutnya, harga R akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai R untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan, penjelasannya dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 3. *Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi*

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

F. Konsep Operasional

1. Ayam buras adalah ayam bukan ras atau yang biasa dikenal dengan ayam kampung yang diperuntuhkan untuk dipotong dan berada di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa, Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu.

2. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual ayam buras langsung ke konsumen di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa, Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu.
3. Tingkat kepuasan adalah perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.
4. Harga jual adalah harga yang ditetapkan oleh pedagang pengecer di pasar Kalimporo Kecamatan Kajang, Pasar Tanete Kecamatan Bulukumpa, Pasar Sentral Kecamatan Ujung Bulu (Rp/ekor).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Kabupaten Bulukumba

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di Propinsi Sulawesi Selatan. Secara geografis, Kabupaten Bulukumba terletak antara 5°20" sampai 5°40" lintang selatan dan 119°50" sampai 120°28" bujur timur. Secara kewilayahan, Kabupaten Bulukumba berada pada kondisi empat dimensi, yakni dataran tinggi pada kaki Gunung Bawakaraeng – Lompobattang, dataran rendah, pantai dan laut lepas. Kabupaten Bulukumba terletak di ujung bagian selatan ibu kota Propinsi Sulawesi Selatan, terkenal dengan industri perahu phinisi yang banyak memberikan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat dan Pemerintah Daerah.

Luas wilayah Kabupaten Bulukumba 1.154,67 km² yang meliputi 10 kecamatan, dengan jarak tempuh dari Kota Makassar sekitar 153 km. Batas-batas wilayah Kabupaten Bulukumba, yaitu sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, sebelah selatan berbatasan dengan Laut Flores, sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone, dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng.

2. Keadaan Demografis

Kondisi kependudukan (demografi) merupakan hal yang harus menjadi perhatian pihak pemerintah dan masyarakat dalam upaya meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Jumlah penduduk merupakan suatu gambaran tentang kependudukan pada suatu wilayah secara kuantitatif yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan wilayah dalam konteks pembangunan agar tepat sasaran.

Penduduk Kabupaten Bulukumba pada tahun 2013 tercatat sebanyak 404.896 jiwa yang terdiri dari laki-laki 191.298 jiwa dan perempuan 213.598 jiwa. Penduduk tersebut tersebar di seluruh desa/kelurahan dalam wilayah Kabupaten Bulukumba dengan kepadatan 351 jiwa/km². Kecamatan terpadat adalah Kecamatan Ujung Bulu yaitu 3.414 jiwa/km² dan yang terjarang penduduknya adalah Kecamatan Kindang sekitar 205 jiwa/km². Secara garis besarnya dapat dilihat pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3. *Tingkat Kepadatan Penduduk menurut Kecamatan di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| Kecamatan | Luas (km²) | Jumlah Penduduk (orang) | Kepadatan Penduduk (orang/km²) | Banyaknya Rumah Tangga | Kepadatan Penduduk Per RumahTangga |
|------------------|----------------------------------|--|--|---------------------------------------|---|
| Gantarang | 173.51 | 72 891 | 420 | 17 390 | 4 |
| Ujung Bulu | 14.44 | 49 294 | 3 414 | 9 461 | 5 |
| Ujung Loe | 144.31 | 40 496 | 281 | 9 867 | 4 |
| Bonto Bahari | 108.60 | 24 561 | 226 | 6 172 | 4 |
| Bonto Tiro | 78.34 | 23 365 | 298 | 7 385 | 3 |
| Herlang | 68.79 | 24 717 | 359 | 7 211 | 3 |
| Kajang | 129.06 | 48 227 | 374 | 10 942 | 4 |
| Bulukumpa | 171.33 | 52 073 | 304 | 13 185 | 4 |
| Rilau Ale | 117.53 | 38 730 | 330 | 9 999 | 4 |
| Kindang | 148.76 | 30 542 | 205 | 7 158 | 4 |
| Bulukumba | 1 154.67 | 404 896 | 351 | 98 770 | 4 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

Tabel 4. *Banyaknya Penduduk menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| Kecamatan | Jenis Kelamin | | | Ratio Jenis Kelamin |
|------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------|
| | Laki-Laki | Perempuan | Jumlah | |
| Gantarang | 34 921 | 37 970 | 72 891 | 92 |
| Ujung Bulu | 23 789 | 25 505 | 49 294 | 93 |
| Ujung Loe | 19 140 | 21 356 | 40 496 | 90 |
| Bonto Bahari | 11 052 | 13 509 | 24 561 | 82 |
| Bonto Tiro | 10 252 | 13 113 | 23 365 | 78 |
| Herlang | 11 179 | 13 538 | 24 717 | 83 |
| Kajang | 22 934 | 25 293 | 48 227 | 91 |
| Bulukumpa | 24 939 | 27 134 | 52 073 | 92 |
| Rilau Ale | 18 232 | 20 498 | 38 730 | 89 |
| Kindang | 14 860 | 15 682 | 30 542 | 95 |
| Bulukumba | 191 298 | 213 598 | 404 896 | 90 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

3. Sarana dan Prasarana

Perkembangan dan kemajuan suatu daerah dapat dilihat dengan adanya pembangunan sarana dan prasarana. Ketersediaan sarana dan prasarana umum merupakan pendukung dalam kelancaran aktivitas masyarakat. Sarana dan prasarana umum antara lain sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana peribadatan, dan lain-lain. Adapun jenis dan jumlah sarana dan prasarana yang terdapat di Kabupaten Bulukumba adalah sebagai berikut :

a. Sarana Pendidikan

Sarana pendidikan merupakan sarana penunjang yang mempunyai peranan penting dalam pembentukan sumber daya manusia yang cerdas dan berkualitas di suatu daerah. Dengan adanya sarana pendidikan berupa sekolah yang memadai dan layak, akan memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menuntut ilmu. Adapun jenis dan jumlah sarana dan prasarana pendidikan di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. *Jenis dan Jumlah Sarana dan Prasarana Pendidikan yang Terdapat di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| No | Jenis Sarana Pendidikan | Jumlah (Unit) |
|---------------|---|---------------|
| 1. | Sekolah Dasar (SD) | 386 |
| 2. | Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) | 110 |
| 3. | Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) | 41 |
| 4. | Perguruan Tinggi | 3 |
| Jumlah | | 540 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

b. Sarana Kesehatan

Sarana kesehatan merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan harus tersedia di tiap kota seperti Kota Makassar. Sarana kesehatan berfungsi memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat jika membutuhkan perawatan. Adapun jenis dan jumlah sarana dan prasarana kesehatan di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. *Jenis dan Jumlah Sarana dan Prasarana Kesehatan yang Terdapat di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| No | Jenis Sarana Kesehatan | Jumlah (Unit) |
|---------------|------------------------|---------------|
| 1. | Rumah Sakit | 1 |
| 2. | Puskesmas/Pustu | 80 |
| 3. | Posyandu | 539 |
| 4. | Klinik/Balai Kesehatan | 9 |
| 5. | Praktek Dokter | 70 |
| 6. | Apotik | 25 |
| Jumlah | | 724 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

c. Sarana Jual-Beli

Sarana jual-beli merupakan suatu tempat di mana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan jual beli barang. Penjual menawarkan barang dagangannya dengan harap dapat laku terjual dan memperoleh uang sebagai gantinya. Disana penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar harga

hingga terjadi kesepakatan harga. Setelah kesepakatan harga dapat dilakukan, barang akan berpindah dari tangan penjual ke tangan pembeli. Pembeli akan menerima barang dan penjual akan menerima uang. Adapun jenis dan jumlah sarana dan prasarana kesehatan di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 6. *Jenis dan Jumlah Sarana dan Prasarana Kesehatan yang Terdapat di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| No | Jenis Sarana Kesehatan | Jumlah (Unit) |
|---------------|------------------------|---------------|
| 1. | Mall | 1 |
| 2. | Pasar Tradisional | 20 |
| 3. | Pertokoan Umum | 5 |
| 4. | Swalayan | 5 |
| Jumlah | | 31 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

d. Sarana Peribadatan

Sarana peribadatan merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sarana peribadatan berfungsi sebagai tempat untuk memperoleh pengetahuan tentang kerohanian dan tempat melakukan ibadah serta ritual keagamaan. Adapun jenis dan jumlah sarana dan prasarana peribadatan di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. *Jenis dan Jumlah Sarana dan Prasarana Peribadatan yang Terdapat di Kabupaten Bulukumba, 2014*

| No | Jenis Sarana Peribadatan | Jumlah (Unit) |
|---------------|--------------------------|---------------|
| 1. | Masjid | 751 |
| 2. | Mushollah/Langgar | 180 |
| 3. | Gereja | 1 |
| Jumlah | | 932 |

Sumber : Buku Bulukumba Dalam Angka Tahun 2014

B. Keadaan Umum Responden

1. Umur

Keadaan umum responden berdasarkan tingkat umur di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur di Kabupaten Bulukumba

| No | Kecamatan | Jumlah (Orang) | | | | Jumlah |
|-----------------------|------------|----------------|-----------|-----------|----------|------------|
| | | 21-30 | 31-40 | 41-50 | 51-60 | |
| 1 | Kajang | 1 | 8 | 5 | 1 | 15 |
| 2 | Bulukumpa | 2 | 6 | 7 | - | 15 |
| 3 | Ujung Bulu | 2 | 12 | 6 | 2 | 20 |
| Jumlah | | 5 | 24 | 18 | 3 | 50 |
| Persentase (%) | | 10 | 48 | 36 | 6 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2014

Pada tabel 9, dapat dilihat bahwa responden yang berumur 31 – 40 tahun memiliki jumlah yang terbesar yaitu 24 orang dengan persentase 48%. Melihat hal tersebut maka dapat dikatakan rata-rata pedagang pengecer di Kabupaten Bulukumba masih berada pada kelompok usia produktif yang memiliki kemampuan fisik untuk melakukan pekerjaan atau menjalankan usaha dagangnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2000) yang menyatakan bahwa tingkat produktivitas kerja seseorang akan mengalami peningkatan sesuai dengan pertambahan umur, kemudian akan menurun kembali menjelang usia tua.

2. Jenis Kelamin

Selain faktor umur, responden dapat pula dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin. Adapun keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. *Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Kabupaten Bulukumba*

| No | Kecamatan | Jumlah (Orang) | | Jumlah |
|-----------------------|------------|----------------|-----------|------------|
| | | Laki-laki | Perempuan | |
| 1 | Kajang | 15 | - | 15 |
| 2 | Bulukumpa | 14 | 1 | 15 |
| 3 | Ujung Bulu | 19 | 1 | 20 |
| Jumlah | | 48 | 2 | 50 |
| Persentase (%) | | 96 | 4 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2014

Pada tabel 10, dapat dilihat bahwa sebagian besar pedagang pengecer berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 48 orang dengan persentase 96%. Hal ini disebabkan karena usaha dagang ayam buras membutuhkan tenaga yang lebih besar, walaupun tidak menutup kemungkinan kaum perempuan juga mampu untuk melakukannya.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang merupakan suatu indikator yang mencerminkan kemampuan seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu jenis pekerjaan tertentu atau tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Adapun keadaan umum responden berdasarkan tingkat pendidikan di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. *Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Bulukumba*

| No | Kecamatan | Jumlah (Orang) | | | Jumlah |
|-----------------------|------------|----------------|-----------|-----------|------------|
| | | SD | SMP | SMA | |
| 1 | Kajang | 6 | 6 | 3 | 15 |
| 2 | Bulukumpa | 2 | 7 | 6 | 15 |
| 3 | Ujung Bulu | 4 | 10 | 6 | 20 |
| Jumlah | | 12 | 23 | 15 | 50 |
| Persentase (%) | | 24 | 46 | 30 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2014

Pada tabel 11, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menyelesaikan pendidikannya hanya sampai pada tingkat SMP/ sederajat yaitu berjumlah 23 orang dengan persentase 46%. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diketahui bahwa mayoritas pedagang pengecer adalah masyarakat yang telah mengenal pendidikan. Hal ini akan berpengaruh pada pola pikir mereka dalam mengelola usaha dagang ayam buras termasuk mempertahankan usaha dagang tersebut.

4. Pengalaman Berdagang

Pengalaman merupakan guru yang paling baik. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh pedagang, maka akan semakin terampil dalam mengelola suatu usaha dagang. Pengalaman berdagang merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh seorang pedagang dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan kerjanya dalam usaha dagang. Adapun keadaan umum responden berdasarkan lama usaha dagang yang dimiliki di Kabupaten Bulukumba dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. *Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Dagang yang Dimiliki di Kabupaten Bulukumba*

| No | Kecamatan | Jumlah (Orang) | | | Jumlah |
|-----------------------|------------|----------------|-----------|----------|------------|
| | | 1-10 | 11-20 | 21-30 | |
| 1 | Kajang | 4 | 10 | 1 | 15 |
| 2 | Bulukumpa | 9 | 6 | - | 15 |
| 3 | Ujung Bulu | 6 | 12 | 2 | 20 |
| Jumlah | | 19 | 28 | 3 | 50 |
| Persentase (%) | | 38 | 56 | 6 | 100 |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2014

Pada tabel 12, dapat dilihat bahwa pengalaman usaha dagang responden di Kabupaten Bulukumba berkisar dari 1 – 30 tahun. Adapun jumlah responden

terbanyak yaitu 28 orang dengan persentase 56%, yang memiliki pengalaman berdagang 11 – 20 tahun. Dengan kenyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa pedagang pengecer di Kabupaten Bulukumba sudah cukup berpengalaman dalam usaha dagang ayam buras. Pedagang pengecer yang memiliki pengalaman berdagang yang cukup lama umumnya memiliki pengetahuan yang lebih banyak dibandingkan pedagang pengecer yang baru saja menekuni usaha dagang ayam buras. Untuk mengetahui identitas masing-masing responden, dapat dilihat pada lampiran 2.

C. Gambaran Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Ayam Buras Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba

Dalam upaya mengetahui berapa besar tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Kabupaten Bulukumba, maka dapat dilihat hasil dari pendapat para responden yang telah berhasil dikumpulkan pada tanggal 4 – 24 September 2014. Jumlah responden yang berhasil ditemui selama kurang lebih tiga minggu itu adalah 50 orang.

Tabel 13. *Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Ayam Buras Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras Di Kabupaten Bulukumba*

| No | Harga | Tingkat Kepuasan (%) | | | |
|----|-------|----------------------|-----------|------------|-----------|
| | | Kajang | Bulukumba | Ujung Bulu | Rata-rata |
| 1 | A | 86,67 | 73,33 | 90 | 83,33 |
| 2 | B | 73,33 | 73,33 | 75 | 73,89 |
| 3 | C | 60 | 40 | 65 | 55 |
| 4 | D | 40 | 40 | 70 | 50 |
| 5 | E | 13,33 | 20 | 30 | 21,11 |

Sumber : Data Penelitian, 2014

Keterangan :

- A. = Rp 61.000, - Rp 65.000,
- B. = Rp 66.000, - Rp 70.000,
- C. = Rp 71.000, - Rp 75.000,
- D. = Rp 76.000, - Rp 80.000,
- E. = Rp 81.000, - Rp 85.000,

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan pedagang eceran terhadap penetapan harga pedagang grosir untuk kategori Harga A dan Harga B menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dengan nilai persentasi sebesar 83,33% dan 73,89%. Sementara penetapan harga untuk kategori Harga C dan Harga D menunjukkan tingkat kepuasan yang sedang dengan nilai persentasi sebesar 55% dan 50%. Namun, tingkat kepuasan yang rendah ditunjukkan untuk kategori Harga E dengan nilai persentasi sebesar 21,11%.

D. Analisis Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Ayam Buras Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras di Kabupaten Bulukumba

Dari hasil analisis regresi linear sederhana, tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras terhadap penetapan harga pedagang grosir ayam buras di Bulukumba dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. *Hasil Regresi Linier Sederhana*

| Proporsi Penelitian | Koefisien Regresi | Koefisien Korelasi (r) | Sig. | Keterangan |
|---|--------------------------|-------------------------------|-------------|-------------------|
| Tingkat kepuasan (Y) Penetapan Harga (X) | 0,970 | 0,970 | 0,003 | Signifikan |
| R Square = 0,940 Constanta = 6,709 | | | | |

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2014.

Berdasarkan Hasil pada Tabel 14, maka dapat dibentuk suatu persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 6,709 + 0,970 X$$

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana di atas, maka diperoleh nilai koefisien regresi yaitu penetapan harga (X) sebesar 0,970 yang bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga pedagang grosir ayam buras terhadap tingkat kepuasan pedagang pengecer (Y) terdapat pengaruh yang searah artinya jika terjadi kenaikan 1 variabel X (penetapan harga) maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pedagang pengecer sebesar 0,970/ harga.

Adapun nilai konstanta sebesar 6,709 menunjukkan bahwa pada saat nilai penetapan harga (X) tidak ada perubahan harga, maka tingkat kepuasan (Y) akan bernilai 6,709/ harga. Nilai koefisien korelasi (r) yaitu korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien korelasi (r) berkisar antara 0 – 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat. Sebaliknya jika mendekati 0, maka hubungannya semakin lemah. Nilai koefisien korelasi (r) yang didapatkan 0,970, artinya korelasi antara variabel independen penetapan harga (X) terhadap variabel dependen tingkat kepuasan pedagang pengecer (Y) sebesar 0,970. Hal ini berarti terjadi hubungan yang cukup erat karena mendekati 1.

Nilai R Square (r^2) memberikan gambaran besarnya kontribusi pengaruh variabel independen (penetapan harga) terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan) yaitu sebesar 0,940 yang berarti bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel independen (penetapan harga) terhadap tingkat kepuasan pedagang pengecer sebesar 94% dan selebihnya sebesar 6% dipengaruhi oleh variabel lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pedagang eceran terhadap penetapan harga pedagang grosir untuk kategori Harga A sebesar 83,33%, Harga B sebesar 73,89%, Harga C sebesar 55%, Harga D sebesar 50%, dan Harga E sebesar 21,11%. Nilai tingkat kepuasan yang diperoleh menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (penetapan harga) terhadap tingkat kepuasan pedagang pengecer sebesar 94% dan selebihnya sebesar 6% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebaiknya dilakukan penelitian lanjutan mengenai analisis tingkat kepuasan pedagang pengecer ayam buras berdasarkan factor lain selain penetapan harga, seperti kualitas ayam buras, kesehatan buras, pelayanan, dan biaya (keuntungan).

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani. 1999. Perspektif pengembangan ayam buras di Indonesia (Tinjauan dari aspek konsumsi daging ayam). hlm. 700–705. Prosiding Seminar Nasional Peternakan dan Veteriner. Bogor, 1–2 Desember 1998. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan, Bogor.
- Arief, D.A. 2000. Evaluasi ransum yang menggunakan kombinasi *pollard* dan *duckweed* terhadap persentase berat karkas, bulu, organ dalam, lemak abdomminal, panjang usus dan sekum ayam kampung. Skripsi. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.
- Arikunto, Suharsini. 1998. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta, Jakarta.
- Bakrie, B., D. Andayani, M. Yanis, dan D. Zainuddin. 2003. Pengaruh penambahan jamu ke dalam air minum terhadap preferensi konsumen dan mutu karkas ayam buras. hlm. 490–495. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner “Iptek untuk Meningkatkan Kesejahteraan Petani melalui Agribisnis Peternakan yang Berdaya Saing”. Bogor, 29–30 September 2003. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan, Bogor.
- Biyatmoko, D. 2003. Permodelan usaha pengembangan ayam buras dan upaya perbaikannya di pedesaan. Makalah disampaikan pada Temu Aplikasi Paket Teknologi Pertanian Subsektor Peternakan. Banjarbaru, 8–9 Desember 2003. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan, Banjarbaru. hlm. 1–10. Direktorat Jenderal Peternakan. 2006. Statistik Peternakan. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Darwati. 2000. Produktivitas Ayam Kampung, Peluang, Pelung, dan Ayam Bangkok dalam Usaha Pelestarian Sumber Genetik Ayam di Indonesia. LIPI, Bogor.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2002. Al Qur'an dan Terjemahannya. CV. Penerbit Diponegoro, Bandung.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 1989. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi 2. Balai Pustaka, Jakarta.
- Fuadi, A. 1996. Analisis Permintaan Ayam Kampung oleh Restoran di Kotamadya Pontianak. Skripsi. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.
- Gunawan. 2002. Evaluasi Model Pengembangan Usaha Ternak

Ayam Buras dan Upaya Perbaikannya. Disertasi. Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.

Gunawan dan M.M.S. Sundari. 2003. Pengaruh penggunaan probiotik dalam ransum terhadap produktivitas ayam. *Wartazoa* 13(3): 92–98.

Hartati, R. 1997. Penampilan Ayam Kampung Umur 20–22 Bulan dengan Frekuensi Pemberian Pakan yang Berbeda. Skripsi. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.

Hastono. 1999. Peluang pengembangan ayam buras di lahan pasang surut Karang Agung Ulu, Sumatera Selatan. hlm. 691–699. Prosiding Seminar Nasional Peternakan dan Veteriner. Bogor, 1–2 Desember 1998. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan, Bogor.

Iman-Rahayu, H.S., Suherlan, dan I. Supriyatna. 2005. Kualitas telur tetas ayam merawang dengan waktu pengulangan inseminasi buatan yang berbeda. *J. Indon. Trop. Anim. Agric.* 30(3): 142–150.

Iriyanti, N., Zuprizal, Tri-Yuwanta, dan S. Keman. 2005. Pengaruh penggunaan minyak ikan lemuru dan minyak kelapa sawit dalam pakan terhadap profil metabolisme lemak pada darah ayam kampung jantan. *J. Anim. Prod.* 7(2): 59–66.

Iriyanti, N., Zuprizal, Tri-Yuwanta, dan S. Keman. 2007. Penggunaan vitamin E dalam pakan terhadap fertilitas, daya tetas dan bobot tetas telur ayam kampung. *J. Anim. Prod.* 9(1): 36–39.

Iskandar, S., D. Zainuddin, S. Sastrodihardjo, T. Sartika, P. Setiadi, dan T. Susanti. 1998. Respons pertumbuhan ayam kampung dan ayam persilangan pelung terhadap ransum berbeda kandungan protein. *Jurnal Ilmu Ternak dan Veteriner* 3(1): 8–14.

Khalil, I.D., Afrianis, dan S. Jalaluddin. 2001. Performans ayam buras yang dipelihara secara ekstensif pada dua daerah agroekosistem yang berbeda di Kabupaten Tanah Datar. *Media Peternakan. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Peternakan* 24 (2): 34–37.

Lestari, S. 2000. Produktivitas Ayam Kampung di Dua Desa yang Berbeda Topografinya di Kabupaten Bogor. Skripsi. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.

Lulusno. 1991. Pengaruh Periode Bertelur terhadap Pertambahan Bobot Badan dan Mortalitas Anak Ayam Kampung pada Pemeliharaan Ekstensif. Skripsi. Fakultas Peternakan Institut Pertanian Bogor.

- Muslim, DA. 2003. Memelihara Ayam Kampung; System Batteray. Kanisius, Yogyakarta.
- Rasyaf, M. 1992. Produksi dan Pemberian Pakan Unggas. Kanisius, Yogyakarta.
- Rukmana, R. 2003. Ayam Buras Intensifikasi dan Kiat Pengembangan. Kanisius, Yogyakarta.
- Sarwono, B. 1995. Berternak Ayam Buras. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. Statistik Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Sujionohadi, K., Setiawan, Al. 1993. Ayam Kampung Petelur. Niaga Swadaya, Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Tingkat Kepuasan Pedagang Pengecer Ayam Buras Terhadap Penetapan Harga Pedagang Grosir Ayam Buram Di Kabupaten Bulukumba*

| No. | Responden | Tingkat Kepuasan | | | | |
|-----|------------|------------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Harga A | Harga B | Harga C | Harga D | Harga E |
| 1. | Mongalai | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 2. | Musu | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 3. | Nurul | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 4. | Salam | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 5. | Aso | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 6. | Mattang | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 7. | Bukka | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 8. | Mustamin | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 9. | Hatong | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 10. | Nolleng | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 11. | Maha | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12. | Jumalang | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 13. | Jumaking | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 14. | Curo | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 15. | Anca | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 16. | Irwan | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 17. | Bahtiar | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 18. | Nompo | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 19. | Saparuddin | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 20. | Kahar | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 21. | Muh. Ali | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 22. | Tahir | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 23. | Ato | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 24. | Asis | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 25. | Lukman | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 26. | Ambo | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 27. | Imam | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 28. | Malik | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 29. | Makmur | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 30. | Basri | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 31. | Ambo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 32. | Ilham | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 33. | Mustaming | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 34. | Makmur B | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 35. | Sudirman | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 36. | Sakir | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 37. | Ismail | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |

| | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 38. | Basri G | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 39. | Ruslan | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 40. | Ambo Tang | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 41. | Sangkala | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 42. | Uddin | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 43. | Hamsir | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 44. | Sapri | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 45. | Nurdin | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 46. | Thamrin | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 47. | Tambi | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 48. | Ummang | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 49. | Jumansiah | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 50. | I Hera | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| JUMLAH RESPONDEN | | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |

Sumber : Data Penelitian, 2014

Keterangan :

1. Puas
2. Tidak puas

RIWAYAT HIDUP



NASRUM. 60700108005 dilahirkan pada

tanggal 31 Desember 1986 di Tana Toa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis adalah anak keempat dari lima bersaudara dari pasangan **Laling Solong** dan **Mutung Bato**. Pada tahun 1995 penulis menjalankan jenjang pendidikan di sekolah Dasar Negeri.

115 Balagana Desa Tanah Towa Kecamatan Kajang dan selesai pada tahun 2000, kemudian dilanjutkan pada tingkat SMP Negeri. 3 Tanah Towa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba dan selesai pada tahun 2003 kemudian dilanjutkan lagi ke tingkat SMA Negeri. 1 Bulukumba hingga menyelesaikan sekolah pada tahun 2006. Pada tahun 2008 setelah menyelesaikan sekolah penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri dan lulus melalui Jalur Ujian Masuk Lokal (UML) di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penulis lulus dan terdaftar di Fakultas Sains dan Teknologi diterima sebagai Mahasiswa Jurusan Ilmu Peternakan, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Selama perkuliahan penulis menjabat pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa UIN Alauddin makassar sebagai Ketua BEM UIN Alauddin Makassar periode 2012-2013. Dan Ketua Dewan Pembina Organisasi (DPO) Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar tahun 2012-sekarang.